

## DAFTAR PUSTAKA

- Arif, N. F., & Nur, A. (2019). Analisis Faktor Penentu Pelaku Usaha Menjual Melalui Situs Jual Beli Online Bukalapak. *JIM UPB*, 21-32.
- Audina, E., Pratiwi, Y., & Budiartini, W. (2019). Analisis Strategi Optimasi Menggunakan Program Linear dan Teori Permainan (Studi Kasus: Penggunaan Laptop oleh Mahasiswa Jurusan Matematika FMIPA UNTAN). *Buletin Ilmiah Mat. Stat. dan Terapannya (Bimaster)*, 125-132.
- Budiastuti, D., & Bandur, A. (2018). *Validitas dan Reliabilitas Penelitian Dilengkapi dengan NVIVO, SPSS dan AMOS*. Tangerang Selatan: Pascal Books.
- Deni, A. (2018). Aplikasi Teori Permainan dalam Pemasaran Produk MiFi Menggunakan Metode Simpleks. *Skripsi UIN SUSKA*.
- Haque-Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, & Sunarsi, D. (2022). *Strategi Pemasaran (Konsep, Teori dan Implementasi)*. Tangerang Selatan: Pascal Books.
- Herdioko, J., & Widya, P. R. (2019). Analisis Pengaruh Sikap, desain Tampilan, dan Citra Situs Terhadap Minat Belanja pada Situs Belanja Daring Tokopedia di Daerah Istimewa Yogyakarta. *MODUS*, 48-60.
- Hernikawati, D. (2021). Analisa Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Jumlah Kunjungan pada Situs E-Commerce di Indonesia Menggunakan Uji T Berpasangan. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 191-201.
- Imran, A. (2019). Penentuan Strategi Pemasaran Jasa Transportasi Online dengan Teori Permainan (Game Theory) untuk Meningkatkan Minat Konsumen di Wilayah Makassar (Studi Kasus Pengguna Go-Jek Dan Grab). *Skripsi UIN Alauddin*.
- Kuntjoroadi, W., & Safitri, N. (2011). Analisis Strategi Bersaing dalam Persaingan Usaha Penerbangan Komersial. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, 45-52.
- Mairoza, D. (2020). Usulan Strategi Pemasaran Jasa Pengiriman Barang di ESL Express Berdasarkan Preferensi dan Persepsi Konsumen dengan Metode Multidimensional Scaling. *Skripsi UIN Sultan Syarif Kasim Riau*.
- Majchrzak-Lepczyk, J. (2021). Value for The Customer in E-Commerce. *Public Security and Public Order*, 139-148.
- Pradana, M. (2015). Klasifikasi Jenis-Jenis E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Neo-bis*, 32-40.

- Rosarianto, P. O., & Setyabudi, D. (2020). Hubungan Antara Iklan Shopee di Televisi dan Daya Tarik Brand Ambassador Shopee Terhadap Minat Unduh Aplikasi Shopee . *ejournal3 UNDIP*.
- Saifuddin, A., Tastrawati, N. K., & Sari, K. (2018). Penerapan Konsep Teori Permainan (Game Theory) dalam Pemilihan Strategi Kampanye Politik (Studi Kasus:Strategi Pemenangan Pemiluakada DKI Jakarta Tahun 2017). *E-Jurnal Matematika*, 173-179.
- Sugiarto, F. F. (2016). Analisa Strategi Bersaing PT Surya Cipta Mandiri. *AGORA*, 250-258.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA, CV.
- Syaifuddin, D. T. (2011). *Riset Operasi (Aplikasi Quantitative Analysis For Management)*. Malang: CV Citra Malang.
- Tim Bukalapak. (n.d.). *Tentang Kami*. Retrieved from Bukalapak: <https://www.bukalapak.com/about>
- Tim Shopee. (n.d.). *Shopee*. Retrieved from Shopee Karier: <https://careers.shopee.co.id/about>
- Tim Tokopedia. (n.d.). *Tokopedia about*. Retrieved from Tokopedia: <https://www.tokopedia.com/about/>
- Windsari, W., & Zakiyah, T. (2020). Analisis Game Theory pada Strategi Bersaing Grab dan Gojek di Kabupaten Kebumen. *PRISMA* 3, 194-198.